

Бородина К.С., Лобанова В.В., Усенкова П.В.
*Магистранты кафедры истории России
Уральский федеральный университет имени
первого Президента Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург*

EVENT'Ы КАК ИНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ «ЭКОЛОГИЧЕСКОГО» МЫШЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА

Аннотация: Статья посвящена анализу роли Event'ов в формировании бережного отношения к природе и способам организации событий в соответствии с современными экологическими канонами.

Ключевые слова: event, экология, бренд, коммуникация, тренд, мышление.

Borodina K.S., Lobanova V.V., Usenkova P.V.
Ural Federal University named after B.N. Yeltsin, Yekaterinburg

EVENTS AS A TOOL FOR POPULARIZING THE “ECOLOGICAL” THINKING OF A PERSON

Abstract: The article is devoted to the analysis of the role of events in the formation of coastal relations to nature and how to organize events in accordance with modern environmental canons.

Keywords: event, ecology, brand, communication, trend, thought.

Забота об окружающей среде становится сегодня не только реальной необходимостью, но и модным веянием. Ее провозглашают политики, звезды шоу-бизнеса и блогеры, а каждый уважающий себя ресторан стремится получить статус «зеленого заведения». В стороне не остается и праздничная индустрия: экологичные тенденции в event-маркетинге нынче выходят на первый план. Мероприятия в подобном духе способны удивить и порадовать тех, кому небезразлично будущее нашей планеты, а также призвать гостей, ещё не присоединившихся к числу «зеленых», заботиться об окружающей их природе.

На своём опыте, компании показывают, какими способами можно помочь сохранить экологию, при этом, не навязывая свою точку зрения. А если верить статистике, то визуальный пример является

самым эффективным и положительно воспринимаемым. Не говоря уже о том, что event — это единственная форма живой коммуникации между брендами и людьми.

Экологичность — долгосрочный тренд индустрии событий и чем более молодую аудиторию хочет привлечь компания, тем больше внимания стоит уделить бережному отношению к окружающей среде. Согласно исследованиям, такими темами, как экология и влияние человека на природу, серьезно озабочены 76% представителей поколения Z [3].

Так среди основных преимуществ «экологического event'a» для бренда можно выделить следующие:

Создание положительной репутации бренда и наглядная демонстрация социальной ответственности бизнеса. Учитывая тот факт, что уровень беспокойности россиян сложившейся экологической ситуацией постоянно растет, то подобный маркетинговый ход, несомненно, будет замечен и по достоинству оценен [5].

Повышение лояльности к компании и уровня доверия со стороны покупателей и, как следствие, рост продаж. Как свидетельствует статистика, около 85% россиян готовы изменить свое мнение о фирме в лучшую сторону, узнав, что она не только предлагает качественную продукцию, но также не остается равнодушной к глобальным проблемам планеты [6].

Брендам, которые имеют свою собственную миссию по устойчивому развитию, важно соответствовать своим принципам позиционирования. Мероприятия дают возможность не быть голословными и показать на деле, как компания претворяет эти принципы в жизнь. Но стоит учесть, что организация мероприятия экологической направленности требует всестороннего, вдумчивого, профессионального подход [5].

Ниже мы приведем несколько советов для проведения мероприятия, соответствующего принципам экологического образа жизни:

Здоровая еда.

Концепция «зеленого» торжества обязывает к выбору соответствующих ингредиентов для блюд. Если это овощи и фрукты, то выращенные без химических удобрений. Если мясо — то полученное в фермерских условиях. Если сыр — то изготовленный по домашней рецептуре. Закупать продукты лучше у местных хозяйств. Так вы не только поддержите локальных производителей, но и сократите грузоперевозки, а значит снизите нагрузку на атмосферу. Эко-подход также предполагает бережное отношение к пище. Как правило,

196

организаторы рассчитывают количество угощений с 10-процентным запасом. Ведь если кто-то уйдет голодным, пострадает репутация хозяев. Но такая «подстраховка» для банкета на 1000 человек — это 100 лишних блюд, которые в результате выбрасывают. Излишки можно передать в организации помощи нуждающимся людям. Остатки мясных, рыбных, сырных продуктов разумно отправить в приюты для животных [7].

Кстати, о репутации. По данным Lime Venue Portfolio, более 40% отзывов о мероприятиях по всему миру затрагивают тему еды. Примерно в половине из них выражена озабоченность огромным объемом утилизируемых продуктов [1].

Посуда.

О тотальном засорении Земли пластиком знают все. Поэтому тарелки, стаканчики и столовые приборы из этого материала — абсолютное табу даже на выездных мероприятиях. Однако бумажная посуда тоже не выход: на ее производство растрачиваются природные ресурсы, а слои проклеивают полиэтиленом — тем же токсичным загрязнителем окружающей среды.

Можно использовать многоразовую посуду из стекла, фарфора, металла. Это довольно трудоемко, поскольку после каждого торжества требуется тщательная обработка каждого предмета. Но зато нормы экологического тренда 2020 соблюдены на 100%.

Если вы все-таки остановили выбор на пластике, тогда стоит позаботиться о его утилизации. Перед закупкой поинтересуйтесь, подлежит ли данный материал переработке. Сбирать использованные предметы нужно отдельно от салфеток и остатков пищи. Только в этом случае тарелки, стаканы и приборы примут в качестве вторсырья. Таким образом, вы сможете продемонстрировать вашим гостям, как легко разделять мусор [1].

Проекторы вместо баннеров.

Попробуйте отказаться от баннеров и ПВХ-пленки в оформлении площадки и сцены. Вместо них можно использовать, например, проекторы. Проекционные системы используют энергоэффективные технологии и позволяют создать совершенно фантастическое оформление мероприятия [2].

Приложения вместо полиграфии.

В среднем каждый участник конференции производит 1,89 кг бумажного мусора в день, и большая часть этого мусора — бумажная раздатка. В эпоху информации, доступной в несколько кликов, участники не хотят иметь дело с бумажными носителями. Печать

бумажных буклетов, схем площадки, каталогов продукции — деньги, выброшенные в урны, и прямой вред окружающей среде [2].

Мониторы вместо табличек.

Можно еще больше сократить использование бумаги на мероприятиях, заменив всевозможные таблички и указатели светодиодными дисплеями.

Живые растения вместо букетов.

Цветочные композиции очень красивы и помогают создавать атмосферу праздника на мероприятиях. Однако они не очень-то экологичны, поскольку большинство из них просто выбрасывается после окончания ивента. Все более популярным становится использование вместо букетов живых растений [3].

Доброе дело вместо сувениров.

Сувениры для участников мероприятий — обычная практика конференций и фестивалей. Часто организаторы используют подарки с символикой мероприятия, чтобы поощрить активность участников. Получить подарок приятно, но, будем честны, мало кто потом использует в повседневной жизни все эти брендированные футболки, кружки и флешки. Очень часто все это — просто лишний мусор [4].

Так почему бы не направить деньги, которые вы хотите потратить на сувениры, на что-нибудь более важное и нужное? Эту идею интересно воплотила компания PMI на своей конференции для сотрудников. Они предложили участникам обменять баллы, полученные за активность на мероприятии, на живые деревья, которые будут посажены в городском парке. Возможность сделать доброе дело мотивирует не хуже обещания подарка [1].

Тканевые мешки вместо пакетов.

Полиэтиленовые пакеты для участников — еще один источник вредного мусора, от которого давно пора отказаться. Вы можете совсем отказаться от упаковки, но если вы все-таки будете делать пакеты, пусть они будут из биоразлагаемых материалов или из натуральной ткани и такими, чтобы их можно было использовать повторно.

Электронный опросник вместо бумажных анкет.

Проведение опросов и сбор обратной связи — важный момент любого мероприятия. Гораздо удобнее и экологичнее использовать для этого онлайн-сервисы анкетирования или проводить опросы в приложении для мероприятия [3].

Суть главного тренда мероприятий 2020 года правильнее всего определить как «Не навреди природе». А если при этом еще удастся помочь другим людям или животным — например, бездомным, —

можно будет смело считать, что праздник получился поистине «зеленым». Ведь «эко» в нашем случае не столько стиль, сколько отражение прогрессивного мировоззрения. Именно поэтому такой взвешенный экологический подход приветствуется в организации любых событий [1].

Делать мир лучше, чище и создавать действительно полезные и экологичные события — отличная возможность для популяризации «экологического» мышления у населения.

Список использованных источников

1. Ярнина Анна Мероприятия в стиле эко — тренд 2020 в event-маркетинге // Artist.ru [Электронный ресурс]. URL: https://artist.ru/article/Meropriyatia_v_stile_ECO-trend_2020_v_event-marketinge/
2. Тренды в ивент индустрии в грядущем году // 7events [Электронный ресурс]. URL: <http://7eventscom.ru/?p=3897>
3. 10+1 идея, как сделать мероприятие более экологичным // Event-технологии и тренды [Электронный ресурс]. URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/59539bdf3c50f7715f29ec4f/101-ideia-kak-sdelat-meropriatie-bolee-ekologichnym-5c93607ce2f7e800b4c993f4>
4. Тренд на устойчивость и экологичность // Galactic group [Электронный ресурс]. URL: <http://gala-group.ru/novosti/trend-na-ustojchivost-i-ekologichnye-meropriatiya>
5. Людер Барбара-Мария О чем говорили на форумах EFЕА и Event LIVE // Event live [Электронный ресурс]. URL: https://event-live.ru/articles/tsifry-i-fakty/tsifry-i-fakty_850.html
6. «Экологический ивент»: рекламные кампании, смотрящие в будущее // 4eventor.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://4eventor.ru/eko/59-ekologicheskiy-ivent-reklamnye-kampanii-smotryashchie-v-budushchee>
7. Горбенко Анна Экологическое мышление - это... - Читайте подробнее на FB.ru: <https://fb.ru/article/380623/ekologicheskoe-myshlenie-eto-opredelenie-ponyatiya-osnovnyie-printsipyi-formirovaniya-i-razvitiya//fb> [Электронный ресурс]. URL: <https://fb.ru/article/380623/ekologicheskoe-myshlenie-eto-opredelenie-ponyatiya-osnovnyie-printsipyi-formirovaniya-i-razvitiya>